

## ABSTRAK

Nama : Mutiara Shafira  
Program Studi : Kewirausahaan  
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek dan Kredibilitas Merek Terhadap Reputasi Merek Serta Dampaknya Pada Kinerja Merek Hotel RedDoorz

Bisnis *Virtual Hotel Operator* atau biasa disebut VHO adalah bisnis penginapan berbasis teknologi yang beberapa tahun belakangan ini berkembang sangat pesat. RedDoorz merupakan salah satu VHO ramah budget terbesar di Indonesia, dan untuk mempertahankan posisinya di tengah banyaknya merek VHO lain, salah satu strategi yang diterapkan RedDoorz adalah strategi multi merek guna meningkatkan kesadaran serta kredibilitas di benak konsumen. Tujuan dari peningkatan kesadaran merek dan kredibilitas merek adalah untuk meningkatkan reputasi RedDoorz dibandingkan merek lain sehingga konsumen mau melakukan transaksi secara berkelanjutan dengan RedDoorz. Transaksi berkelanjutan tersebut yang nantinya akan menunjukkan hasil kinerja merek RedDoorz. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kesadaran merek dan kredibilitas merek terhadap reputasi merek serta dampaknya pada kinerja merek hotel RedDoorz. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif untuk menganalisis 103 jawaban responden dan akan diuji menggunakan pendekatan SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek mempengaruhi reputasi RedDoorz secara tidak langsung, dan untuk menunjang kesadaran merek, digunakan variabel kredibilitas merek yang dapat mempengaruhi perubahan pada reputasi RedDoorz. Kesadaran dan kredibilitas merek mempengaruhi reputasi RedDoorz secara positif, sehingga menunjukkan munculnya indikasi positif dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen yang cenderung positif meningkatkan kinerja RedDoorz.

Kata kunci: *Virtual Hotel Operator*, strategi bisnis, kinerja merek

## ABSTRACT

Name : Mutiara Shafira  
Study Program : Entrepreneurship  
Title : The Influence of Brand Awareness and Brand Credibility on Brand Reputation and Their Impact on Brand Performance RedDoorz Hotel

The Virtual Hotel Operator business or commonly called VHO is a technology-based lodging business that has developed very rapidly in recent years. RedDoorz is one of the largest budget-friendly VHOs in Indonesia, and to maintain its position amidst the many other VHO brands, one of the strategies implemented by RedDoorz is a multi-brand strategy to increase awareness and credibility in the minds of consumers. The purpose of increasing brand awareness and brand credibility is to improve RedDoorz's reputation compared to other brands so that consumers want to make ongoing transactions with RedDoorz. This ongoing transaction will later show the performance results of the RedDoorz brand. So the purpose of this study is to see the effect of brand awareness and brand credibility on brand reputation and its impact on the performance of the RedDoorz hotel brand. The research method used is a descriptive method to analyze 103 respondents' answers and will be tested using the SEM-PLS approach with the SmartPLS application. The results of the study show that brand awareness indirectly affects RedDoorz's reputation, and to support brand awareness, brand credibility variables are used which can affect changes in RedDoorz's reputation. Brand awareness and credibility affect RedDoorz's reputation positively, thus showing the emergence of positive indications of consumer behavior. Consumer behavior that tends to be positive increases RedDoorz's performance.

Keywords: Virtual Hotel Operator, business strategy, brand performance